

Los medios de comunicación islámicos en Marruecos

MOHAMED EL MOUDEN

Los medios de comunicación islámicos en Marruecos se consideran un fenómeno emergente que cada vez influye más en el escenario mediático marroquí ya que tienen una enorme capacidad en la creación de opinión pública. A su surgimiento han contribuido diferentes circunstancias tanto nacionales como internacionales. Este artículo intenta diagnosticar este fenómeno mediático.

Palabras clave: Marruecos, Comunicación islámica, Poder religioso, Discurso, Identidad, Opinión pública

Les moyens de communication Islamiques constituent un phénomène émergeant et nouveau, mais non moins influent sur la scène médiatique marocaine, avec une grande capacité de créer l'opinion publique. Nombre de circonstances aussi bien locales et internes, qu'internationales ont contribué à leur apparition. Cet article se propose d'examiner ce phénomène.

Mots clés : Maroc, Communication islamique, Pouvoir religieux, Discours, Identité, Opinion publique

I. Introducción

Al surgimiento del fenómeno de los medios de comunicación islámicos en Marruecos, han contribuido un conjunto de factores culturales, políticos, religiosos, unos propios de la sociedad marroquí, y otros, procedentes de zonas tanto regionales como internacionales. Otro factor determinante, ya que este periodismo tenía sus raíces en las primeras etapas del ejercicio periodístico marroquí, ha sido el desarrollo a nivel genérico de la propia comunicación islámica, que, atraída por el viento de la globalización, ha aprovechado la revolución de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

El objetivo de este artículo es arrojar luz sobre los medios de comunicación islámicos en Marruecos y revelar su estructura y sus diferentes dimensiones, empezando por el intento de formular un concepto homogéneo acerca de una realidad heterogénea debido a la diversidad interna del Islam mismo, y que se manifiesta en la variedad discursiva e ideológica de estos medios.

Otro de los objetivos de este artículo es que pretende abordar la estructura de este corpus mediático. Para ello se realizará un seguimiento de los tipos de clasificación que forman el tejido discursivo de la prensa islámica y las características de cada uno de ellos, así como de la forma en la que interactúan entre sí. Todo esto, sin perder de vista el diagnóstico de las funciones comunicativas que asume cada sector de estos medios islámicos en Marruecos.

En último lugar, el artículo intenta suscitar cuestiones relacionadas con el discurso producido por estos medios. Se trata de propuestas de acercamiento más que de conclusiones analíticas, ya que consideramos que para estudiar el discurso se necesita un espacio analítico propio y más amplio de lo que se está ofreciendo aquí.

II .Definición del concepto

El estudio de los medios de comunicación islámicos en Marruecos plantea varios desafíos a nivel conceptual, de modo que se considera esencial preguntarse sobre qué es lo que entendemos por medios de comunicación islámicos en Marruecos, y cómo podemos hacer frente a las diferentes opciones conceptuales engendradas en el intento de aglutinar en un solo concepto esta clase de medios de comunicación. En principio, existen medios de comunicación islámicos, medios de comunicación religiosos y medios de comunicación islamistas. Metodológicamente es más adecuado

elegir un concepto que sea lo más amplio posible para que pueda contener, al mismo tiempo, los otros conceptos, ya que algunos de estos conceptos pueden ser excluyentes los unos con los otros. Hablar de los medios de comunicación religiosos no implica necesariamente que haya que referirse también a los medios de comunicación islamistas que no son precisamente religiosos, ya que no se dedican exclusivamente a estos asuntos. Son medios de ideología islamista y se dedican más a los asuntos políticos que a los religiosos, mientras que los medios religiosos son apolíticos. Los medios de comunicación islamistas adoptan una visión religiosa en su manera de tratar la realidad, la economía, la cultura, la política etc.

En cuanto al concepto de medios de comunicación islámicos, se puede estimar que el término más amplio es el que incluye a los dos tipos que hemos señalado antes. Debemos aclarar también que los discursos mediáticos islamistas no los producen solamente las fuerzas políticas islamistas sino que también son auspiciados por el propio poder del estado. Él mismo produce un discurso mediático y religioso para asumir un papel político. El Estado, por tanto, utiliza la religión con objetivos políticos, consiguiendo así el enfrentamiento con los discursos mediáticos y políticos producidos por los partidos islamistas. Ya que el primer poder en Marruecos reúne al poder político y al religioso. La faceta religiosa del Estado se pone en marcha para desactivar la fuerza argumentativa de los partidos islamistas, es decir, para contener el poder religioso que los islamistas quieren monopolizar. Además, el Estado se alía con otras fuerzas religiosas como las corrientes sufistas para hacer frente a estos partidos o grupos islamistas. Aunque se dice también que el Estado está usando los partidos de tendencia islamista para atemperar a los grupos yihadistas.

III .Islam en Marruecos

Según el artículo seis de la Constitución marroquí "el Islam es la religión del Estado, que garantiza a todos el libre ejercicio de la religión". El líder supremo de los musulmanes en Marruecos es el rey que, al igual que sus predecesores, lleva el título de "Comandante de los Fieles" (Amir-Al-Mou'minin). El rey reúne el poder temporal y religioso, y en lo que respecta a su función espiritual, está rodeado por un consejo nacional de Ulemas que son especialistas en ciencias religiosas. En Marruecos, el Islam es el pilar del Estado y la sociedad¹ y esta realidad se ve reforzada por el "Cherifisme" de los soberanos que son los que pertenecen a una dinastía relacionada con el Profeta Mohammed. Este fue el caso de la dinastía Idrissids en el siglo VIII y X, y desde 1664, de los Los Alauitas (Lugan, 2000).

Junto al Islam oficial del Estado, también existe lo que podría llamarse el Islam político representado por unas fuerzas políticas y sociales que adoptan el Islam como ideología o actúan socialmente desde un marco de referencia inspirado en la doctrina islámica. Son unas fuerzas a las que podemos denominar "islamistas", sin embargo, el islamismo marroquí no es un fenómeno homogéneo. Según Malika Zeghal (2005:262-265), existen tres familias en el Islam político en Marruecos: el islamismo legalista representado por el Partido de la Justicia y el Desarrollo (PJD); el islamismo místico-rebelde, representado por el movimiento Justicia y Caridad del cheyy Yassin, y una rama radical Salafi o yihadista, más o menos conectada a las redes internacionales. Todos son considerados como «nuevos actores religiosos» en el escenario político nacional marroquí en el que compiten con la monarquía en los asuntos religiosos (2005:262-265).

El movimiento más influyente es el de yamaa (grupo) de Adl wa Ihsan, que tiene una presencia social muy notable. Se trata de un movimiento que no está legalizado y que no acepta la participación política con las condiciones del Estado (Hamadach, 2004), pero su ausencia como actor político legal no limita, en cierta manera, su gran influencia en la vida política. Y como dice la politóloga de la universidad de Chicago Malika Zeghal, "esta fuerza representa una fuerte singularidad dentro de los círculos islámicos más allá de las fronteras de Marruecos. Su movimiento se basa en el misticismo y trabaja como una Zawya" (2005).

¹ El Islam es la religión oficial del Estado de Marruecos, el 98 % de la población marroquí es musulmana, el resto son judíos y cristianos.

La segunda fuerza política islamista en Marruecos es el Partido de la Justicia y el Desarrollo (PJD), que a diferencia del yamaa del sheij Yassin, participa de manera legal en las elecciones legislativas desde 1997. Fue reconocido por el Estado como partido político en 1992, después del surgimiento del Alharaka Ashabia Dusturia Dimokratia (movimiento popular constitucional democrático) dirigido por el entonces líder del partido Abdel Karim al katib. Debido a la limitación de los círculos en los que participó (24 de los 325 escaños totales), en su primera participación política en las elecciones parlamentarias marroquíes de 1997 ganó 14 escaños. Dentro de este islamismo legal hay otros partidos islamistas como el Albadil Alhdaari (alternativa civilizada), y el Al harakah min ajli alummah (Movimiento para la nación).

El otro tipo de Islam político indicado por la politóloga Malika Zeghalcon es el movimiento Salafi, que, a su vez, puede dividirse en dos ramas: el salafismo tradicional y el salafismo yihadista. Mientras que se considera al salafismo tradicional como una corriente que no adopta la violencia, al salafismo yihadista se le asocia con grupos internacionales como Al Qaeda. Abdel Alhakim Louzi en su tesis doctoral sobre los movimientos salafistas en Marruecos, indica similitudes entre las dos ramas del salafismo tanto a nivel ideológico como de discurso entre las que se encuentran: el extremismo en el discurso, la literalidad en la comprensión del texto coránico y la insistencia en los assalaf los antepasados (Alhakim, 2005).

Pero más allá del Islam representado por el Estado y los movimientos políticos islamistas existe en Marruecos el movimiento Attasawuf. Se trata de la escuela espiritual y mística del Islam, muy arraigada en la sociedad marroquí, y que, aunque se trata de un movimiento apolítico, está aliado con el Estado y la monarquía que son quienes lo financian. El Estado, por tanto, usa el sufismo para luchar contra el salafismo.

La historia de Marruecos está ligada a la soberanía de la corriente sufí con sus diversas expresiones y la praxis sufí ha sido la forma más frecuente de religiosidad en la sociedad marroquí (Darif, 1922). Las principales zawiya² que constituyen el sufismo en Marruecos son: la zawiya Budchichiya, que es la que tiene una mayor presencia en Marruecos y que está dedicada a la educación espiritual; la zawiya Kettania que suele intervenir en asuntos políticos y expresa su opinión sobre cuestiones de la nación o del mundo islámico. Y, por último, la zawiya Raisunia y la zawiya Alouia.

IV. Las fuerzas islámicas y los medios de comunicación en Marruecos

La relación entre las fuerzas islámicas y los medios de comunicación está marcada por la convicción de que el papel de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea es cada vez más evidente.

Las ideas y las ideologías necesitan de los medios de comunicación para llegar a la opinión pública, y la creación de esta opinión pública se hace desde los medios de comunicación. Así como el ejercicio del poder y la resistencia a éste se hacen eficaces a través de los medios de comunicación, la búsqueda de un poder social o político o incluso económico, se alcanza también a través de los medios.

La creación de un mundo simbólico referente a una identidad se puede lograr de manera muy eficaz solamente a través los medios de comunicación (Zamora, 2004: 30). De hecho Ignacio Ramonet en una entrevista concedida a El País afirmaba que el poder de los medios de comunicación se encuentra en segundo lugar después del poder del mercado y antes del poder político (El País, 1-08 1999). Por su parte, Manuel Castellsha ha constatado en una entrevista concedida a El Mundo que la relación entre las fuerzas políticas y la sociedad pasa por los medios de comunicación (El Mundo, 10-10-1999).

Las fuerzas islámicas en Marruecos tienen esta percepción de los medios de comunicación y están convencidos de que el logro de sus múltiples objetivos entre los que se encuentran el control de la comunicación, el acceso al poder o la transferencia de símbolos ideológicos a la opinión pública

² Se les llama zawiya a las pequeñas mezquitas ubicadas en el norte de África. Sin embargo, aquí se hace referencia a una tipología concreta de escuelas islámicas.

sólo puede conseguirse a través de los medios (Taufic, 1986:7). Los medios de comunicación eran y siguen siendo útiles a los movimientos religiosos para proporcionar nuevas informaciones, para mantener informados a los miembros de su comunidad, para promover su propia imagen o para oponerse a las posturas de otros grupos, partidos o fuerzas de la sociedad³.

Si bien la importancia de los medios de comunicación en sí mismo, como se ha indicado anteriormente, es uno de los incentivos que motivaron la atención de las fuerzas islámicas hacia ellos, existen también otros acontecimientos que han forzado el refugio masivo en los medios por parte de las fuerzas islamistas en Marruecos.

A. Contexto internacional: Después de los ataques terroristas del 11 de septiembre en Nueva York y Washington, muchos países participaron en la campaña liderada por Estados Unidos para luchar contra el terrorismo. Esta campaña a la que se ha incorporado Marruecos, no limitaba sus estrategias de lucha en términos de seguridad policial sino que se ha visto obligada a utilizar también a los medios de comunicación. El estado marroquí, que ha sido un gran aliado de EEUU en esta campaña, ha intentado invertir el factor mediático construyendo una cadena de televisión y una radio, ambos religiosos, para absorber la influencia de los discursos religiosos extremistas, difundidos por otros medios, precisamente, electrónicos o recibidos por la sociedad marroquí a través de otras fuentes mediáticas que se encuentran fuera de las fronteras del país. Tras estos acontecimientos, los grupos que han sido objetivo de estas acciones se han refugiado en la red para difundir su ideología creando diferentes webs salafistas o yihadistas donde han establecido una base mediática para lanzar su discurso.

B. Contexto local: La evolución política de la sociedad marroquí hacia un mayor nivel de apertura con los partidos islamistas permitiéndoles participar en el juego político, ha proporcionado el ambiente adecuado para el surgimiento de una clase de medios de comunicación de corte islámico, ligados a partidos tales como Adalah wa attanimiah (Justicia y Desarrollo), Albadil alahdaAri (el Alternativo civilizacional) o Al Harakah min ajli al oumah.

Por otra parte, el hecho de que no se permita a fuerzas islámicas como Al Adl wa al Ihssan (Justicia y Caridad) participar en la política marroquí porque no aceptan como sus dirigentes dicen, las condiciones del Almakhzen, ha provocado que este grupo islamista apueste por los medios de comunicación electrónicos para demostrar su existencia y emitir su mensaje ideológico para, en términos de Van Dijk (Van Dijk, 1996: 28), intentar ejercer una dominación social.

Los partidos islamistas que participan en el juego político de Marruecos se muestran indignados por el trato mediático recibido por los medios del estado y, especialmente, por la televisión estatal, acusándola de marginarles mediáticamente y de no presentarles como fuerzas políticas que tienen peso social. Esta situación refuerza el refugio de estos partidos en sus propios medios de comunicación para fomentar su presencia mediática ante la sociedad.

Los acontecimientos terroristas del 16 de mayo de 2003 en Casablanca, han puesto a los partidos islamistas, que no comparten la misma ideología de los grupos yihadistas que cometieron los atentados, en una difícil tesitura que ha requerido la puesta en marcha de una estrategia de comunicación para tratar de superar las repercusiones negativas que estos acontecimientos han tenido en su imagen. Algunas fuerzas políticas marroquíes aprovecharon la oportunidad para apartar de la vida pública a un verdadero rival acusándoles de proporcionar un ambiente propicio para la expansión de ideologías extremistas y de la violencia. Según algunos análisis políticos marroquíes el monarca se negó a entrar en este juego para proteger a la comunidad marroquí de graves tropiezos.

C. Contexto regional: Algunos discursos religiosos de corte salafista viniendo del Oriente Árabe y precisamente de la zona del Golfo Árabe, han obligado al Estado marroquí a construir medios de comunicación religiosos propios para resistir la ideología salafista wahabi.

³ Erica Baffelli: Mass Media and Religion in Japan: Mediating the Leader's Image:Hosei University, Tokyo.

D. Contexto cultural: por contexto cultural nos referimos a la cultura electrónica y digital que ha invadido la sociedad marroquí tras la globalización digital y la mundialización electrónica. Este contexto, ha conformado una nueva forma de comunicación al alcance de todo el mundo y, por supuesto, de las fuerzas islámicas, islamistas, religiosas, salafistas, yihadistas,...

V. La estructura de los medios islámicos en Marruecos

Medios de comunicación islámicos del estado marroquí. Como ha sido señalado anteriormente, el estado marroquí es un estado musulmán, y la religión es un asunto que, al igual que la política, controla el Estado. Según la constitución marroquí el poder religioso y político están en mano del rey. Esta posición requiere que el Estado mantenga unos mecanismos e instituciones, entre las que se encuentran los medios de comunicación, para controlar la cuestión de la religión. Tradicionalmente, el estado marroquí ha ejercido este control a través del ministerio de asuntos religiosos, los imames de las mezquitas, los contenidos de programas de educación y los de algunos programas de televisión o radio emitidos desde los medios estatales. Los cambios que ha conocido la sociedad marroquí y, sobre todo, los que se han producido en el ámbito religioso han supuesto un desafío para el Estado. La lucha contra el terrorismo, el combate contra la influencia del wahabismo⁴ y de las ramas salafistas de corte yihadista, así como el freno del crecimiento del poder de los islamistas en el marco político y social marroquí, ha provocado el establecimiento de canales de televisión y radio, revistas y webs con contenido religioso destinados por parte del Estado para perseguir los fines aquí mencionados.

Estos medios de comunicación islámicos estatales son:

- Assadissa (la Sexta) o canal Mohammed VI del Corán, que comenzó su difusión el dos de noviembre de 2005, en Hot Bird 13° Oriente, - Frecuencia de 12.673, FEC 27.500, SR 3/4. En un primer periodo, Assadissa emitía seis horas de programación al día que se repetía constantemente. Esta cadena de televisión es fruto de una colaboración entre la SNRT (Sociedad Nacional de Radio y Televisión), El Ministerio de Comunicación y El Ministerio de Asuntos Islámicos.

Assadissa que emite en lengua árabe, francesa y amazigh está llamada, según su estatuto, “a completar este dispositivo mediático destinado a reforzar la pertenencia a una comunidad musulmana defendiendo el diálogo, la apertura y la tolerancia”. Su red de programas está dedicado a la lectura y explicación del Corán, a la difusión de la predicación del Hadiz⁵ y al fomento de debates entre jóvenes con famosos clérigos sobre temas de hoy día.

-Radio Mohammed VI: se fundó un año antes que Assadissa, el 16 octubre de 2004, dentro de los mismos contextos y los mismos objetivos señalados antes. Empezó con la emisión de 10 horas diarias desde las 14 horas hasta medianoche. Como Assadissa también es fruto de un convenio entre el Ministerio de Asuntos Islámicos, el Ministerio de Comunicación, y la SNRT (Sociedad Nacional de Radio y Televisión). Los contenidos radiofónicos de esta cadena están dedicados a la lectura del Corán en un 55%, a los programas en directo en un 15%, a las ciencias del Corán en un 13%, a las oraciones y plegarias en un 9%, a la orientación religiosa en un 3%, a la biografía del profeta en un 3% y a la mujer en el Islam en otro 3%. Estos contenidos se emiten en árabe, amazigh y francés.

En cuanto a los informativos, esta radio ofrece dos noticiarios, a las 16 horas y a las 23:15 horas de la noche.

-Las revistas. Los medios de comunicación del Estado también incluyen a revistas como Daawatu Alhaq, publicada por el Ministerio de Asuntos Religiosos y Alihyae, publicada por una asociación religiosa y científica cercana al Estado llamada Arrabita Al Mohammadiya.

⁴ Subsecta religiosa fundamentalista musulmana de la corriente mayoritaria del sunnismo y, en especial, de la escuela Ambalí.

⁵Un hadiz o jadiz literalmente significa dicho o conversación, pero islámicamente, representa los dichos y acciones del Profeta Mahoma.

- Daawatu alhaq. En julio del año 1957, el Ministerio de Fundaciones Religiosas y Asuntos Islámicos publicó una primera edición de la revista que comenzó siendo mensual y luego trimestral sobre estudios islámicos y asuntos culturales. Se trata de un registro del desarrollo de actividades científicas, culturales y literarias en Marruecos. Su discurso religioso está adaptado a la perspectiva del Islam Maliki Sunní con la doctrina Achari, símbolos del Islam oficial en Marruecos. Esta revista tiene su página web donde guarda todas las ediciones.

- Al Ihyae (El renacimiento). Es una revista trimestral sobre asuntos jurídicos, religiosos e intelectuales, dirigida por Ahmad Ebadi, Secretario General de Arrabita-al-mouhammadiah y representa el poder científico y religioso de los sabios marroquíes, últimamente se dedica, en otras cuestiones, a afrontar el salafismo.

- Medios electrónicos:

Los medios electrónicos son otro de los instrumentos que han sido aprovechados por el Estado para la difusión de su discurso religioso y sus valores ideológicos. Son espacios para comunicar noticias, responder a preguntas relacionadas con la religión etc. Algunos contienen foros de comunicación y de interacción para garantizar y facilitar el contacto con los ciudadanos, ofreciendo alternativas a las webs dirigidas por rivales.

Las principales webs religiosas del estado marroquí son:

-Web del Ministerio: La Web del Ministerio de Habús y Asuntos Islámicos tiene contenido mediático y ofrece la visión del estado sobre los asuntos religiosos. La página está en francés y árabe y expone una cronología del Islam en Marruecos así como una guía para los imanes a través de los que el Estado controla las mezquitas. El portal también contiene noticias sobre actividades religiosas del Rey o del Ministerio. Para ejercer más control sobre las mezquitas después de los atentados de Casablanca del 16 de mayo de 2003, el Estado ha creado unos programas audiovisuales de predicación y de formación que se difunden en las mezquitas a través de pantallas de televisión, cortando el paso así a los extremistas y a aquellos que circulan fuera de la órbita del Islam oficial marroquí. <http://www.habous.gov.ma/fr/index.aspx>

-Web de Arrabita: Se trata de un espacio mediático que trata, desde una perspectiva científica, el contenido religioso y ofrece servicios de comunicación con los ciudadanos.

-Web del consejo superior de ulema. El Alto Consejo de Ulemas y Consejos Regionales de ulemas crearon esta web el ocho de abril de 1981. Es el poder más alto en la escala oficial del Estado que asiste al rey en la consulta sobre asuntos religiosos y es el responsable de emitir las fatuas en Marruecos. La web difunde su contenido en árabe y francés y las ventanas contienen discursos del rey, textos jurídicos, biografía de personajes, conferencias, estudios, investigaciones, respuestas jurídicas asuntos religiosos, artículos y entrevistas periodísticas. <http://www.almajlis-alilmi.org.ma/fr/index.aspx>

Los medios de comunicación de los islamistas participantes en el sistema político marroquí. Los periódicos. Attajdid (la renovación), es el periódico diario de tirada nacional que representa al partido islamista AladAlah- wa-attanimiah (Justicia y Desarrollo). Esta publicación es fruto de una OPA mediática entre dos periódicos islamistas Asahwah y Arrayah, difundidos por los dos movimientos islamistas Attawehid- wa- Al Islah (Unificación y Reforma) y Rabitatu al mustakbal al islami (Asociación del futuro islámico). Comenzó como semanario, pero pasó a ser diario el 19 de noviembre de 2001. Attajdid cubre noticias de interés nacional e internacional y dedica un espacio estable a los asuntos del mundo islámico, especialmente a la causa Palestina. El periódico permite también un amplio margen para el análisis de las cuestiones intelectuales y culturales. Además cuenta con una página web con contenidos interactivos para comunicarse con los lectores.

Las revistas: El brazo mediático de este movimiento islamista se manifiesta en múltiples facetas. El aspecto político está representado por el partido islamista Aladallah- wa-attanimyah y la vertiente religiosa por Al Tawehid wa Al Islah. Este último edita una revista semestral llamada Alforakan y otra Annour. Se trata de dos revistas que pretenden transmitir discursos de predicación tratando temas y cuestiones de actualidad en la sociedad marroquí, creando así un marco de ámbito mediático con referencia islámica a retos que afronta la sociedad musulmana de hoy.

Las webs: Los movimientos islamistas “legales”, no han escatimado esfuerzos para crear una

fuerza mediática masiva aprovechando los horizontes comunicativos que abre Internet. Así, encontramos varias webs que cubren todas sus actividades políticas, religiosas, y culturales y otras que difunden la biografía de personajes considerados ideólogos del movimiento.

-Web del movimiento Attawehid- wa-Al Islah (Unificación y Reforma). Es la web a través de la que se difunden los contenidos religiosos del partido político islamista AladAlah- wa-attanimiah. Esta página juega un gran papel mediático en la difusión de la ideología y los principios religiosos e intelectuales de este movimiento. Contiene un espacio electrónico para las noticias nacionales e internacionales relacionadas con el mundo musulmán y otro para las noticias del movimiento y de sus actividades religiosas, culturales y políticas. <http://www.alislah.org>

-Web dedicada a la predicación y al contacto religioso con los ciudadanos. <http://www.daawa.ma/>

-Web de uno de los fundadores y pensadores del movimiento islámico Attawehid- wa- Al Islah, el brazo religioso del partido islamista “Al adAlah- wa-attanimiah”. <http://www.raissouni.org/>

Los medios islamistas no reconocidos políticamente por el Estado. Aljamaa (www.aljamaa.net) es el medio de comunicación de Āl adl –wa –Alihsan, el movimiento islamista con mayor influencia social. No está reconocido oficialmente, no se le permite aprovecharse de muchas de las instituciones del Estado y carecen de cobertura por parte de los medios oficiales. Ante esta situación, Internet es el único instrumento mediático con el que cuentan para comunicarse o expresarse. Por ello, el movimiento ha apostado por la red como su estrategia de comunicación mediática. Aljamaa. es una web sofisticada con contenidos audiovisuales, y ventanas interactivas, para difundir en directo los discursos de líderes del movimiento u otras actividades. La web difunde las noticias del movimiento y otros asuntos nacionales e internacionales relacionados con el mundo islámico, además cuenta con materiales educativos, y ventanas para la literatura, el arte y la música mística o religiosa.

La visión que este movimiento tiene de la mujer, en cierta manera, está presente, en su web. Por otro lado, también existe una web dedicada a las mujeres www.mouminate.net. Además, Aladl wa Alisan ha fortalecido su arsenal mediático electrónico con una web especial dedicada a sus líderes.

Medios de comunicación islámicos independientes. En Marruecos, resulta muy difícil que un medio de comunicación audiovisual independiente obtenga una licencia de apertura o emisión y, más, si se trata de un medio islámico o islamista⁶. Lo que sí es permisible son los periódicos y los medios electrónicos. El periódico tabloide llamado Madarek es uno de los periódicos islámicos independientes dedicado a “asuntos políticos y religiosos y de la identidad marroquí”. Se fundó como una revista en 2005, en 2007 se convirtió en un tabloide quincenal y, posteriormente, en 2008 comenzó a tener una periodicidad semanal. Según su director Al Ghessassi, Madarek, “ofrece un contenido mediático político religioso dentro de un marco profesional frente a la dominación de los medios de los partidos políticos en Marruecos”. La empresa Mediating edita Madadrek y es considerado como uno de los proyectos mediáticos fruto del contexto de reforma en el campo religioso marroquí en la etapa post 11 de septiembre.

Medios salafistas. Al contrario de lo que ocurre con las otras corrientes islámicas que hemos abordado anteriormente, en Marruecos el movimiento Salafi no cuenta con una estructura mediática profesional. Los salafistas tradicionales tienen como medios de comunicación unas webs dirigidas por algunos imames que utilizan para transmitir las ideas y la filosofía del movimiento. La web de imán Sheik que ha permitido el casamiento de la niña de 9 años puede considerarse como una de ellas. Esta web difunde la ideología, el pensamiento y las interpretaciones de una corriente que suscita reticencias con el estado marroquí. [/www.maghrawi.net](http://www.maghrawi.net).

Los salafistas yihadistas no tienen medios de comunicación estables y utilizan los foros o las webs de la organización Al Qaeda o de los simpatizantes de ésta para difundir sus discursos. Así que no se puede hablar de un medio de comunicación que incluya la concepción tradicional de este grupo. Medios de comunicación sufíes . Los sufíes en Marruecos poseen diferentes medios para difundir

⁶Todos los medios de comunicación audiovisuales que han obtenido licencia de apertura hasta ahora en Maruecos son cercanos al régimen marroquí. Es un sector muy controlado.

su pensamiento, su cultura, etc. Tienen páginas webs, revistas y periódicos mensuales. La mayoría de los medios de este movimiento no dedican sus espacios a la política, sino a la predicación y a la difusión del pensamiento y ideología sufí, difunden también noticias de actividades relacionadas con este sector en Marruecos. Las principales corrientes sufíes o, en términos sufíes, attarikah, que poseen webs son las de los movimientos Zawiya Boudchichiya y Gran Zawiya que pertenecen al Tarikah (La manera-método) Tijania. Las webs de estas corrientes sufíes de mayor presencia en Marruecos, ejercen una función mediática, aportan contenidos sobre el pensamiento de la escuela Tarika y de la escuela Zawiya, contienen foros de debate, contenidos audiovisuales, artículos, entrevistas reproducidas etc. La principal revista sufí marroquí dirigida por intelectuales sufíes se llama Al Icharah.

VI- Medios de comunicación islámicos y el discurso mediático

El discurso mediático en Marruecos como cualquier otro, ofrece diferentes posibilidades de aproximación. Así, podemos analizarlo desde su consideración como texto comunicativo, a través de su contenido, de los valores que encierra o de su ideología, a través de una lengua y con ciertas estructuras textuales. Se trata de instrumentos que pueden desvelar la referencia ideológica y cultural de esta “comunidad mediática”. Podemos señalar como ejemplo, que estos medios de comunicación utilizan el árabe clásico como lengua mientras que otros medios de comunicación marroquíes prefieren usar el árabe clásico mezclado con el dialecto marroquí. Los medios de comunicación islámicos apuestan por el árabe clásico porque es la lengua del Corán y del Islam. Por este motivo, se refugian en los discursos de los periódicos islámicos y religiosos para crear una retórica comunicativa propia del árabe antiguo en el que se incluyen la reproducción de metáforas, de textos que se encuentran en el Corán o en los dichos del profeta o de otros personajes importantes en la historia del Islam.

A través de la interpretación que estos medios hacen de los hechos podemos conocer aspectos de su ideología. De esta manera podemos constatar, por ejemplo, que la ideología influye en la reproducción de la realidad que llevará a cabo un medio a través de la construcción de una determinada noticia. Por ejemplo, tras el Tsunami que sacudió Indonesia (2004), el periódico Attajdid, del partido islamista Aladalah-wa-attanmiah, lo definió como un castigo de Dios demostrando cómo la visión ideológica o la referencia religiosa y cultural pesa sobre la reproducción objetiva de un hecho o de una realidad. Es decir, que existe un contexto previo que condiciona la reproducción de un hecho o la representación de una realidad. Este contexto también es decisivo en la producción del discurso y de su comprensión (Van Dijk, 1996: 16). Difundir una noticia sobre un acontecimiento significa dar sentido a un hecho pero con alguna connotación ideológica ya que, la construcción de la realidad no es entendida sin la producción de un sentido (Casero Ripolles, 2005: 278).

Otro nivel de aproximación a este corpus mediático islámico en Marruecos es aquel que está basado en el análisis del discurso desde su posicionamiento ante el poder. Entre los discursos mediáticos producidos por estos medios existen diferentes posiciones de acercamiento o de alejamiento del Estado e incluso el Estado está presente en este campo mediático islámico. Como se ha comentado este trabajo, el discurso mediático islámico marroquí no es homogéneo sino diverso y conflictivo entre sí. De hecho, algunos medios de comunicación han aparecido en el escenario mediático marroquí para quitar poder a otros.

La estrategia de comunicación seguida por estos medios es otra de las perspectivas desde las que se puede analizar su discurso mediático. Su estudio podría revelar aspectos de la realidad la visión de estos medios, en los que el componente ideológico tiene mucho peso, ante el papel que deben jugar en la sociedad. Sin embargo, el espacio con el que contamos para la realización de este artículo impide abordar el fenómeno con mayor profundidad. La intención de este trabajo es, precisamente, arrojar luz sobre un fenómeno mediático que se está consolidando como identidad mediática en Marruecos y esbozar sus principales rasgos para contribuir al análisis de una cuestión que podría ser objeto de un estudio más profundo sobre el fenómeno.

Bibliografía

- Alhakim louzi, Abdel, (2005), Los salafistas marroquíes. Tesis doctoral no publicada. Universidad de Marrakech, Marrakech.
- Baffelli, Erica, “Mass Media and Religion in Japan”, *Mediating the Leader’s Image*, Tokyo, Hosei University. Disponible en:
http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/WPCC-Vol4-No1-Erica_Baffelli.pdf
- Casero Ripolles, Andréu (2005), “Discurso periodístico y conflicto político”, en *Actas del II Congreso Comunicació Realitat*. Barcelona.
- Lugan Bernard, (2000),. “Les particularités de l’islam marocain”, Disponible en :
http://www.clio.fr/BIBLIOTHEQUE/les_particularites_de_l_islam_marocain.asp.
- Malika Zeghal, (2005), *Les islamistes marocains : le défi à la monarchie*, París, La Découverte, Collection Cahiers libres.
- Seniguer, Haoues (2005), “Seghal Malika, Les islamistes marocains, le défi de la monarchie”, *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, núms. 119-120, pp. 262-265. Disponible en:
<http://remmm.revues.org/document4041.html>
- Taufic, Camilo, (1986), *El periodismo y la lucha de clases*, Madrid, AKAL.
- Tozy, Mohamed, (1999), *Monarchie et islam politique au Maroc*, París, Presse Sciences Po, collection Références
- Van Dijk, Teun A., (1995), “The mass media today: Discourses of domination or Diversity?”, en *Javnost/The Publi*, Ljubljana, ? (Ljubljana), 2(2), pp. 27-45. Disponible en:
<http://www.discourses.org/OldArticles/The%20mass%20media%20today.pdf>
- Van Dijk, Teun A., (1996), *Opiniones e Ideología en la prensa*, Barcelona, Voces y culturas, pp 9-50.
- Zamora, José A., (2004), “Opinión publica y medios de comunicación”, en *Medios de comunicación, información, espectáculo, manipulación*, Navarra, Verbo Divino